

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan rumus hair, penulis mendapatkan sampel sebanyak 133 responden yang akan dibagikan dalam penelitian ini. Sebelum menyebar, penulis mempelajari ritus uji instrumen uji validitas dan reliabilitas serta dimensi dan hasil uji hipotesis awal.

Penulis menggunakan teknik reliabilitas analisis berganda dengan menggunakan dua tes dari konsep dan perangkat yang sama dan jika hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut itu dapat diandalkan. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur fenomena yang sama. Untuk menguji keandalan, penulis menggunakan program SPSS 26.0 dengan metode analisis statistic Cronbach's Alpha. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 17 pertanyaan untuk variabel X dan sebanyak 6 pertanyaan untuk variabel Y sampai 133 sampel responden, di mana setiap jawaban mengacu pada Skala likert sebagai berikut: untuk jawaban "SS" (Sangat Setuju) nilainya 5, untuk jawaban "S" (Setuju) nilainya 4, untuk jawaban "N" (Netral) nilainya 3, untuk jawaban "TS" (Tidak Setuju) nilainya 2, untuk jawaban "STS" (Sangat Tidak Setuju) nilai 1.

Berdasarkan data yang telah terkumpul serta pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Secara uji model (Uji F), terdapat pengaruh secara simultan terhadap tiap variabel bebas yaitu Variasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Cita Rasa (X3), terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang dilakukan dengan pengujian uji F. Dari hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh hasil bahwa variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Psycone dapat diterima. Jadi semakin banyak variasi produk yang dimiliki oleh Psycone, semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Psycone, serta semakin enak cita rasa yang dimiliki oleh Psycone, maka semakin meningkat kepuasan konsumen terhadap produk Psycone

2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) variabel bebas Variasi Produk (X1) terhadap kepuasan konsumen dilakukan dengan pengujian T- Test. Secara (Uji t) variabel bebas Variasi Produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Psycone. Sehingga semakin banyak variasi produk yang dimiliki oleh Psycone, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap produk Psycone
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) variabel bebas Kualitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen dilakukan dengan pengujian T- Test. Secara (Uji t) variabel bebas Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Psycone. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Psycone, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap produk Psycone
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) variabel bebas Cita Rasa (X3) terhadap kepuasan konsumen dilakukan dengan pengujian T- Test. Secara (Uji t) variabel bebas Cita Rasa (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Psycone. Sehingga semakin enak cita rasa produk yang dimiliki oleh Psycone, maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap produk Psycone
5. Variabel bebas dalam penelitian ini secara simultan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang paling dominan dengan skor tertinggi dibandingkan dengan variabel Variasi Produk (X1) dan Cita Rasa (X3).

1.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Adapun yang menjadi saran teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Perlu adanya pendalaman teori lebih dalam dari para ahli mengenai variasi produk, kualitas pelayanan, dan cita rasa sehingga pembahasan yang dilakukan pada penelitian mengenai pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen dapat lebih detail

Penelitian ini menjelaskan seberapa pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 48,1%, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan penelitian lebih dalam mengenai variable-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

Harapan kepada pebisnis khususnya dibidang makanan dan minuman agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada perusahaanya karena kualitas pelayanan merupakan variabel yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen akan suatu produk.

Bagi para pengusaha khususnya dibidang makanan dan minman agar dapat lebih memerhatikan berbagai macam aspek dalam berbisnis makanan khususnya kualitas pelayanan sehingga tidak berfokus kepada satu aspek saja karena jika hanya berfokus kepada salah satu aspek saja dan mengabaikan aspek penting lainnya dalam berbisnis makanan, tidak akan bisa meningkatkan kepuasan konsumen akan produk tersebut

5.2.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian ini khususnya variabel variasi produk, kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, dapat dilakukan dengan menggunakan metode yang lain agar hasilnya dapat lebih detail, kemudian bisa ditambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen

5.3 Keterbatasan Penelitian

Sampel pada penelitian ini hanya berjumlah 133 responden yang merupakan konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi Psycone, akan lebih baik jika diambil sampel lebih banyak agar hasil penelitian bisa lebih optimal.

Penelitian ini hanya memasukkan variabel variasi produk, kualitas pelayanan, dan rasa terhadap kepuasan konsumen terhadap produk psycone, sehingga masih banyak variabel bebas lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Dalam situasi pandemi Covid-19, peneliti hanya dapat mengumpulkan data melalui kuesioner *online*, sehingga data yang diperoleh sangat terbatas, serta terdapat juga beberapa pertanyaan online dimana mungkin ada kesalahpahaman yang ditangkap oleh responden

DAFTAR PUSTAKA

- Arbiantoro, Tri., 2018, Analisis Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Bakso Gibrass Jl. Kutisari II No.45 Surabaya, *Jurnal Dinamika Administrative Bisnis*, Vol.04, No 1, Agustus: Pp 98-121.
- Badan Pusat Statistik . (2018) Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur. Diakses pada tanggal 17 Juli 2021 Pukul 12:15 WIB. Didapat dalam <https://www.bps.go.id/publikasi.html>
- Drummond KE & Brefere LM, 2010, Nutrition for Foodservice and Culinary Profesional's. Seventh Edition. New Jersey. John Wiley & Sons, Inc. Page 3-4.
- Finthariasari, Meilaty., 2017, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Tempat Wisata di Provinsi Bengkulu (Studi pada pengunjung Taman Wisata Family Kab. Bengkulu Tengah), *Jurnal Media Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 16, No 1.
- Gerardiansyah, Ario., Rukayah., Siti., dan Sudarwanto, Budi., 2017, *Pusat Kuliner Khas Semarang Di Jalan Pemuda*., Program Sarjana Universitas Diponegoro Semarang, Diakses pada 20 Juni 2021, Pukul 21.00 WIB, Didapat dari <http://eprints.undip.ac.id/54974/>
- Ghozali, Imam, 2016, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS23, Edisi Delapan, *Journal of Economics and Finance*, Semarang, Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Nopika, 2017, Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery Di Plosokandang Tulungagung, *Jurnal Simki Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri*, Vol. 01 No. 07.
- Ansyari, Kusasi, & Iranita., 2019, Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, Perceived Value Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Tanjung Sebauk, *Jurnal Manajemen*., Vol. 04 No. 01, Juli: pp 1–18.
- Julian, M., 2020. GAPMMI "Industri Makanan dan Minuman Bisa Tumbuh 5%-7% Tahun Depan". Diakses pada 12 April 2021, Pukul 20.30 WIB., didapat

dari <https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/gapmmi-industri-makanan-dan-minuman-bisa-tumbuh-5-7-tahun-depan>

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2018, Kebijakan Industri Nasional, diakses pada tanggal 17 Maret 2021, Pukul 21.00 WIB, didapat dalam <https://www.kemenperin.go.id/> ,

Kotler, P., dan Keller, K.L., 2016, Marketing Management, England: Bristish Library Cataloguing-In-Publication Data

Oliver, R. L., 1980, A Cognitive Model Of The Antecedents and Consequences Of Satisfaction Decisions. *Journal of marketing research*, Vol 17, Juni: Pp 460-469

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L., 1985, A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implications For Future Research. *Journal of marketing*, Vol 49, April: Pp 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. 1988. Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, Vol 64, Maret: Pp 12.

Priyatno, D., 2013, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media.

Situmeang Sari Lina., 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Jurnal Ekonomi*, Vol 09, Mei: Pp 28-54

Suryana., 2010, *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia

Santoso, E. J., 2016, Pengaruh Food Quality, Service Quality, Price Promotion, Dan Customer Satisfaction Terhadap Repeat Purchase Intention Restoran Solaria, *Jurnal Bisnis dan manajemen*, Vol. 53, No. 12, Oktober: Pp 50-82.

Sugiyono, P.D., 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta.

Tseng, L.-M., 2019, How Customer Orientation Leads To Customer Satisfaction: Mediating Mechanisms Of Service Workers' Etiquette and Creativity, *International Journal of Bank Marketing*, Vol 37, April: Pp 210-225

Tandon, U., Kiran, R. & Sah, A. N., 2017, Customer Satisfaction As Mediator Between Website Service Quality and Repurchase Intention: An Emerging Economy Case, *Journal Of Service Science*, Vol 9, April: Pp 106-120

- Wilujeng, Sri., & Mudzakkir, Mohammad Fakhruddin., 2015, Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang, *Jurnal Modernisasi*, Vol 11, No 2, Agustus: Pp 56-81
- Zeithaml, V. A., 1988, Consumer Perceptions Of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis Of Evidence, *Journal of Marketing*, Vol 52, September: Pp 2-22.